Universidad de Navarra

Estrategias de producto (MGEC)

Guía docente 2023-24

PRESENTACIÓN

Breve descripción: Incorporar la visión de marketing estratégico necesaria para aumentar la competitividad y sostenibilidad de las empresas de comunicación.

- **Titulación**: Máster Universitario en Gestión de Empresas de Comunicación
- **Módulo/Materia**: 2. Funciones, procesos y estrategias / 2.1 Gestión de Contenidos
- **ECTS**: 2
- **Curso, semestre**: 2
- **Carácter**: Obligatorio.
- **Profesorado**: José María Irisarri, Francisco Iniesta Ramos
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: Aula 4. Viernes de 15:15h a 21:00h y sábado de 09:00h a 13:30h.

COMPETENCIAS

CONOCIMIENTOS

CTO-CE5 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del funcionamiento de los Mercados - desarrollo y funcionamiento de los mercados de recursos, bienes y servicios en el campo de las empresas de comunicación.

CTO-CE7 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de la financiación - las fuentes, usos y gestión de las finanzas, el uso de la contabilidad y otros sistemas de información para las aplicaciones de gestión y para la valoración de los estados financieros.

CTO-CE111- Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de las tecnologías de la información (TIC) – la comprensión y el uso de las TIC para su aplicación en los negocios, y la comprensión de su impacto en los distintos mercados de la comunicación.

HABILIDADES

HAB-CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

HAB-CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

HAB-CG2 - Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.

HAB-CG3 - Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.

HAB-CG9 - Ser capaz de utilizar las herramientas digitales básicas para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.

CAPACIDADES

CAP-CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CAP-CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CAP-CG1 - Ser capaz de integrar conocimientos avanzados sobre un tema y para hacer frente a la resolución de problemas complejos.

CAP-CG4 - Ser capaz de realizar eficazmente procesos de análisis, síntesis, crítica y autocrítica, aplicados a la comprensión de conocimientos y problemas complejos.

CAP-CG5 - Ser capaz de valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.

CAP-CG6 - Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.

CAP-CG7 - Ser capaz de buscar y gestionar información relevante para adaptarse con flexibilidad a nuevas situaciones y cambios.

CAP-CG10 - Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.

CAP-CG11 - Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.

CAP-CG12 - Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

CAP-CG13 - Ser capaz de apreciar el conocimiento de otras culturas y costumbres, y valorar la diversidad multicultural y la habilidad para trabajar en un contexto internacional.

CAP-CG15 - Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.

Universidad de Navarra

CAP-CE14- Ser capaces de pensar críticamente y de ser creativos: la gestión de los procesos creativos en sí mismos, así como de organizar, analizar, sintetizar ideas, y evaluar propuestas de gestión críticamente.

PROGRAMA

Francisco Iniesta:

1. Comercializar una innovación. **Aqualisa Quartz: Simply a Better Shower (502-030)**
2. Investigación comercial para el relanzamiento de un producto. **Planters Nuts (516-004)**
3. El producto como plataforma**. Angie's List: Ratings Pioneer Turns 20 (517-016)**
4. Comunicación online-offline en productos digitales. **Hubble Contact (519-011)**
5. Ciclo de vida y monetización de productos digitales. **Othellonia: Growing a Mobile Game (520-016)**

José María Irisarri:

Sesión 1 (24/5): Caso Oprah. Estrategia de explotación de marcas personales.

Sesión 2 (31/5): Ana Brito(influencer "El Show de Briten" 400M seguidores), colaboradora de Tardear con Ana Rosa Quintan).

Sesión 3 (31/5) : Koro Castellano, CEO de Amazon Prime España.

Sesión 4 (1/6) : Caso Rey León. Estrategia de explotación de marcas múltiples.

Sesión 5 (7/6) : Julia Gómez Cora (CEO de Stage cuando se estrenó "El Rey León".

Sesión 6 (7/6) : Conferencia estrategia productos audiovisuales

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales. 75 horas. 100% presencialidad.

Discusión de casos 75 horas. 100% presencialidad.

Trabajo individual 162.5 horas. 0% presencialidad.

Reuniones de grupo. 75 horas. 0% presencialidad.

Tutorías. 5 horas. 100% presencialidad.

Seminarios. 20 horas. 100% presencialidad.

Evaluación. 37.5 horas. 100% presencialidad.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Universidad de Navarra

Francisco Iniesta:

70% intervención en clase.

30% trabajos y casos.

José María Irisarri:

70% intervención en clase.

30% trabajos y casos.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- A concretar con el alumno de forma individual.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Francisco Iniesta (finiesta@iese.edu)

- Horario de tutoría: A concretar por correo. Edificio Alumni. Universidad de Navarra.

José María Irisarri (jmi@onza.tv).

- Horario de tutoría: A concretar por correo. Edificio Alumni. Universidad de Navarra.

BIBLIOGRAFÍA